

LES MILLS

**RISIKO
MINIMIEREN,
ERFOLGE
MAXIMIEREN**

Der ultimative 8-Schritte-Leitfaden

LES MILLS



Wird 2022 Ihr Jahr der Transformation sein?

Bewerten Sie, wie gut Ihr Business darauf vorbereitet ist, neue Mitglieder in einer neuen Fitnesslandschaft für sich zu gewinnen.

NEUE REGELN AUF DEM FITNESSMARKT

Die Spielregeln haben sich geändert, aber Sie können stark in das Jahr 2022 starten, indem Sie die acht wichtigsten Regeln beherzigen.

Für die neue Generation von Fitnessfans, die hohe Erwartungen und eine kurze Aufmerksamkeitsspanne haben, ist nur das Beste gut genug.

Regel Nr. 1
Nachfragen messen

Regel Nr. 2
Inspirierende Instruktionen

Regel Nr. 3
Menschen im Fokus

Regel Nr. 4
Herausragende Weiterbildung

Regel Nr. 5
Schwerpunkt auf Kursteilnahme

Regel Nr. 6
Omnichannel als unerlässlicher Faktor

Regel Nr. 7
Ausgeklügeltes Marketing

Regel Nr. 8
Ihr Erfolgsplan

Regel Nr. 1 Nachfragen messen

Gruppenfitnessstraining führt zu mehr Studiobesuchen, mehr Empfehlungen und einer längeren Mitgliedschaftsdauer. ABER: Kann man etwas nicht messen, kann man es auch nicht managen. Die Gruppenfitnesssteilnahme liegt in den Märkten nach der Pandemie bei 119 % des Levels vor Corona. Entsprechend sollten Sie sich höhere Ziele stecken, um diese Nachfrage widerzuspiegeln.

Diese Parameter sollten Sie messen:

- Wöchentliche Gruppenfitnesssteilnahme gesamt
- Gesamtzahl der Livestream-Aufrufe für Online Classes
- Anteil von Gruppenfitnesssteilnehmern an der Gesamtzahl der Studiobesuche
- Ihre beliebtesten Instruktoren und Classes

CHECK:

Wie sieht die Gruppenfitnesssteilnahme in Ihrem Studio im Vergleich zur Zeit vor der Pandemie aus?

Regel Nr. 2 Inspirierende Instruktoren

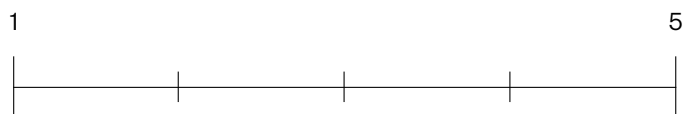
Die Konkurrenz kann jede Ihrer Erfolgsstrategien nachahmen, nur nicht das Team, das Sie aufgebaut haben. Ein guter Instruktor ist für Gruppenfitnesssteilnehmer das wichtigste Kriterium bei der Auswahl eines Kurses.

Es ist schwierig, auf dem derzeitigen Arbeitsmarkt ein starkes Team aufzubauen, jedoch ist es wichtig, sich der Herausforderung zu stellen:

- Denken Sie wie ein Profi-Sportverein: Sie verpflichten Star-Athleten.
- Sehen Sie sich in Boutique-Studios um: Inspirierende Instruktoren sind ihre große Stärke.
- Lernen Sie von den Besten: LES MILLS hat 50 Jahre lang die Wissenschaft der Motivation erforscht.
- Trainieren Sie Ihre eigenen Mitarbeiter: Vielleicht haben Sie die Talente, die Sie brauchen, bereits in Ihrem Team.
- Verfolgen Sie eine permanente Rekrutierungsstrategie.

CHECK:

Wie viele Stunden verbringen Sie jede Woche damit, künftige Rockstar-Instruktoren zu finden?



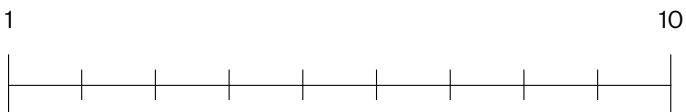
Regel Nr. 3 Menschen im Fokus

Es ist schwer genug, auf dem heutigen Markt gute Instrukto:ren zu finden, aber sie zu halten, kann eine noch gr:ößere Herausforderung sein. Es ist wichtig, sie mit individuellen Zielen und Belohnungen zu motivieren, damit sie sich weiterhin f:ur den Erfolg aller einsetzen. Sie m:üssen ihren Antrieb immer wieder neu anfachen.

67 % der Fitnessstudiomitglieder ziehen es vor, mit anderen in kleinen oder gro:ßen Gruppen zu trainieren. Und warum? Weil sie gro:ßartige Instrukto:ren wollen, die sie motivieren und inspirieren. Bei den besten Instrukto:ren ist die Wahrscheinlichkeit, dass sie weiterempfohlen werden, 2,5 Mal (144 %) h:oher. K:ummern Sie sich um Ihre Instrukto:ren, dann k:ummern sich diese um Ihre Mitglieder.

CHECK:

Auf einer Skala von 1-10, wie motiviert ist Ihr Team?



Regel Nr. 4 Herausragende Weiterbildung

Wir alle fangen klein an. Es braucht Teamwork und Hingabe, um an die Spitze zu gelangen. Um Ihr Business voranzutreiben, sollten Sie anstreben, dass Ihr Team sich selbst zu H:ochstleistungen anspricht. Leben Sie eine Unternehmenskultur, die Ihre Mitarbeiter zu H:ochstleistungen anspricht?

Ein gro:ßartiges Trainingsprogramm funktioniert in drei Phasen:

- Identifizieren der Kernkompetenzen
- Erstellen eines Schulungspfads
- Bewertung und Coaching

CHECK:

Wie viele Schulungen haben Sie nach der Pandemie f:ur Ihr Team durchgef:uhrt?

Regel Nr. 5 Schwerpunkt auf Kursteilnahme

Die Nachfrage Ihrer Mitglieder erkennen Sie an Ihren Studiobesuchen. Stellen Sie sicher, dass Sie wissen, was sie sich wünschen, um sie nicht an die Konkurrenz zu verlieren. Denken Sie daran, dass viele Fitnesskunden heute die besten Instruktor:innen der Welt auf digitalem Wege kennenlernen – wie schneidet Ihr Team im Vergleich dazu ab?

Wenn Sie herausfinden, was Ihre Kursteilnahme antreibt, können Sie es replizieren. Stellen Sie sich die folgenden Fragen:

- Welche Classes und welche Instruktor:innen sind am beliebtesten?
- Wie viele Classes stehen auf Ihrem Kursplan, die durchweg zu weniger als 30% ausgelastet sind?
- Wie viele Classes werden nur von Instruktor:innen unterrichtet, die es eben schon immer getan haben?

CHECK:

Bei welchen Classes auf Ihrem Kursplan ist die Teilnahme konstant hoch?

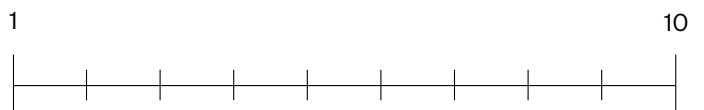
Regel Nr. 6 Omnichannel als unerlässlicher Faktor

Auf dem modernen Fitnessmarkt haben Verbraucher mehr Auswahl denn je. Live-Workouts treiben zwar das Live-Revival an, jedoch werden digitale Lösungen nicht vom Markt verschwinden. Unsere Untersuchungen haben ergeben, dass die meisten Mitglieder ein Verhältnis von 60:40 zwischen dem Training im Studio und dem Training zu Hause bevorzugen. Doch sie brauchen auch Unterstützung, um eine dauerhafte Trainingsroutine zu entwickeln.

Erfolgreiche Studios bieten ein vernetztes, Omnichannel-Fitnesserlebnis, das die hohen Erwartungen der Generation Active erfüllt und alle Bereiche abdeckt. Wie macht es Ihr digitales Angebot Mitgliedern leichter, aktiv zu bleiben, wenn sie nicht ins Studio kommen können? Helfen Sie ihnen, eine langfristige Fitnessroutine aufzubauen, und Sie beseitigen eines der größten Hindernisse für die Mitgliederbindung.

CHECK:

Auf einer Skala von 1-10, wobei 10 „sehr wahrscheinlich“ bedeutet: Wie wahrscheinlich ist es, dass Ihre Mitglieder Ihr digitales Angebot als Erweiterung Ihres Studios betrachten?



Regel Nr. 7 Ausgeklügeltes Marketing

Die Fähigkeit, über unsere bestehenden Zielgruppen hinauszugehen und neue Gesichter in die Studios zu ziehen, wird der Schlüssel zu einer rasanten Erholung der Branche sein. In einem zunehmend umkämpften Markt müssen Sie sicherstellen, dass Ihre Kampagnen die Qualität der Classes und InstruktorInnen Ihres Studios hervorheben, um die neue Generation von Fitnessfans anzuziehen, die sich nach Trainingserlebnissen mit anderen Menschen sehnen.

Die Gewissheit, dass die richtige Class auf sie wartet, kann das fehlende Teil des Motivationspuzzles sein. Bedenken Sie folgende Punkte:

- 86% der Gruppenfitness-Teilnehmer entscheiden sich für Kurse bekannter Marken.
- 81% sind an mindestens einem Genre von Gruppenfitnesskursen interessiert

CHECK:

Was sind die 3 effektivsten Marketingmaßnahmen, die Sie bisher ausprobiert haben?

Wie haben Sie die Wirksamkeit dieser Maßnahmen überprüft?

Regel Nr. 8 Ihr Erfolgsplan

Sie sind nun gerüstet und bereit, 2022 zu Ihrem bisher größten Jahr zu machen. Aber wie geht es weiter auf Ihrer Reise, um neue Fitnessmitglieder mitzureißen und zu begeistern?

Ihre nächsten Schritte:

1. Ziele Ihres Teams abstimmen und Unterstützung geben
2. Maßnahmen priorisieren
3. Budget zuweisen
4. Unterstützung bei Interessenvertretern holen
5. Entwurf erstellen
6. Plan überprüfen + Reporting

CHECK:

Welche Taktiken zur Motivation Ihres Teams und Ihrer Mitglieder funktionieren aktuell? Und welche nicht? Seien Sie ehrlich und notieren Sie Ihre drei besten und Ihre drei schlechtesten.

Top Drei:

1 _____

2 _____

3 _____

Die drei unerfolgreichsten:

1 _____

2 _____

3 _____

LES MILLS

BEREIT FÜR IHREN ERFOLGSPLAN?

Sie sind neu bei LES MILLS und möchten mehr darüber erfahren, wie wir unsere Studiopartner dabei unterstützen, ihr Business zum Erfolg zu führen?